

РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ У ПІДВИЩЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ

Цененко А.С.

Науковий керівник – Гайдученко С.О., канд. держ. упр., доцент

Якою би простою і відкритою не вважалася організація, усередині її, в розмаїтості складових, зв'язків і їхніх конфігураціях, завжди формуються і розвиваються організаційні ресурси, цілеспрямована і своєчасна мобілізація яких може дати необхідний імпульс підвищенню рівня розвитку організації. Таким стратегічним ресурсом організації є корпоративна культура. Тому кожна організація стоїть перед необхідністю формування власної корпоративної культури — визначення своїх цілей і цінностей, стратегії, якості продукції, послуг, цивілізованих правил поведінки і моральних принципів працівників, підтримання високої репутації організації. Мова йде про перелік проблем, які складають основу переконань і цінностей керівництва організації. Корпоративна культура організації пов'язана з широкою концептуальною основою, що включає переконання працівників, їх взаємовідносини між собою і зовнішнім світом. Вона базується на психології формування практичного досвіду, являє собою його ціннісні орієнтири. В організації, що характеризується сприятливим морально-психологічним кліматом, працівники можуть вважати, що її керівники дійсно довіряють людям і успіх організації базується на їх відношенні до працівників. На зміну старим цінностям – жорстка дисципліна, ієрархія, централізація, результат будь-якою ціною – приходять інші цінності – самовизначення, орієнтація на потреби, самореалізація особистості, творчість, компетентність, децентралізація. Корпоративна культура здатна надати сенс діяльності людей, наповнити її змістом, стимулювати активність і новаторство.

Корпоративна культура покликана відтворити відношення організації до законності, особистості, якості продукції, фінансів і ділових зобов'язань, відкритості і достовірності ділової інформації. Це повинно втілюватися у комплексі правил, традицій, ритуалів і символів, які постійно доповнюються і удосконалюються. Успіх діяльності організації в ринкових умовах в певній мірі залежить від репутації як ділового партнера, що визначається як надійністю партнера, якості продукції і рядом інших факторів, що охоплюються поняттям «корпоративної культури». Довіра контрагентів, працівників, місцевої територіальної громади створює ринкове середовище, що сприяє успішній роботі організації.

У сучасних умовах, коли персонал стає основним ресурсом орга-

нізацій, дуже важливого значення набуває діяльність кожного члена колективу. Серед чинників, що сприяють трудовій активності працівників або, навпаки, що перешкоджають цьому, важливу роль грає їхня міжособистісна сумісність. Починається вона із середовища усередині організації: із культури взаємовідносин персоналу різних рівнів між собою і з керівництвом, - із шанобливого ставлення керівництва до своїх підлеглих, із визнання організацією їхніх заслуг і заохочення за досягнення. Її основу складають ті ідеї, погляди та базові цінності, що розділяються членами організації. Із цінностей випливає стиль поведінки, спілкування тощо. Так формується культура організації. Якщо культура є виразом ставлення людини до навколишнього світу, то, безперечно, і людина виступає в якості суб'єкта культурної творчості. Звідси призначення її – внесення суб'єктивного смислу в історію соціальної організації. Отже, корпоративна культура постає продуктом творчості людини як суб'єкта організації.

До учасників корпоративної культури організації, які безпосередньо або опосередковано впливають на діяльність організації та на її корпоративну культуру відносяться: споживачі, працівники, власники, контрагенти, суспільство в цілому тощо. Ступінь прояву в місії інтересів кожної з цих груп осіб принципово залежить від того, які розміри має організація, від роду її діяльності, де розташована тощо. Найбільш стійкий, сильний і специфічний вплив на місію організації незалежно від того, що організація собою представляє, вчиняють інтереси власників, працівників і споживачів. Проте керованою із названих є лише група працівників, яких ми вважаємо найбільш впливовою на діяльність і культуру організації.

Формування корпоративної культури, що підтримує стратегію організації, важливо для успішного виконання завдань, тому що культура формує соціально-психологічний клімат і корпоративний дух, які сприяють виконанню поставлених завдань і вносять свій внесок у досягнення успіху. Корпоративна культура визначається тим, на підставі чого і як здійснюється діяльність організації: якими є цінності і переконання, що їм слідує керівництво, яка філософія лежить в основі ключових політик, які традиції, що їх притримується організація, які етичні норми, обов'язкові для усіх, і яка моральна обстановка. Культура, таким чином, відображає атмосферу в організації та стиль її роботи.